



Nota de prensa

ZEISS hace real la digitalización de las ópticas

Más de 2.000 ópticos-optometristas de 60 países han acudido a la convención bienal de ZEISS -Berlin 3.0- para conocer la nueva gama de lentes oftálmicas Smartlife, diseñada específicamente para los desafíos visuales del mundo digital teniendo en cuenta la edad y hábitos visuales del consumidor, siempre en movimiento; el nuevo equipo VISUFIT 1000 que permite la prueba virtual de monturas creando un avatar del rostro del paciente; y cómo es ya hoy la experiencia de compra en una óptica.

Berlin. 04 de noviembre de 2019. ZEISS Vision Care ha reunido a más de 2.000 ópticos y periodistas de 60 países en la convención bienal que celebra en Berlin. Bajo el lema #seeingbeyond –Ver más allá- y en un lugar emblemático, Station Berlin, la marca alemana ha mostrado su liderazgo mundial en la digitalización del sector óptico, que acomete de la mano de los prescriptores en materia de salud visual, como son los ópticos-optometristas.

Desde el punto de vista afectivo y estético, Berlin 3.0 estuvo marcada por la contribución de la marca alemana al hito mundial del año 2019, el 50 aniversario de la llegada del hombre a la Luna. La NASA buscó a los mejores especialistas y científicos en cada campo para acometer la conquista del espacio. Por eso, las fotos icónicas de la carrera espacial que han pasado a la historia de la humanidad y que se hicieron con objetivos ZEISS, enmarcaron el desarrollo de la convención.

Pero fundamentalmente Berlin 3.0 ha servido para poner de largo las tres grandes novedades con las que la marca alemana muestra el camino hacia la digitalización en el sector de la salud visual.

En primer lugar ZEISS ha presentado su nueva gama de lentes oftálmicas Smartlife. Los hábitos visuales de las personas son distintos en el siglo XXI. El uso global de smartphones, y en general de dispositivos electrónicos, obliga a cambiar de manera rápida y frecuente el enfoque visual entre la pantalla y el entorno, y a seguir un estilo de vida conectado y dinámico, siempre en movimiento. En sintonía con la nueva realidad visual, ZEISS ha desarrollado una gama de lentes oftálmicas que tiene en cuenta en su diseño los nuevos desafíos a que se enfrentan los ojos ante la realidad digital. En combinación con la edad del usuario, las necesidades visuales y la última tecnología óptica, las lentes SmartLife de ZEISS ofrecen una comodidad visual excepcional en el mundo dinámico y conectado.

En segundo lugar, y como proyecto destinado a apoyar a los profesionales de la salud visual en el camino hacia la digitalización, ZEISS mostró VISUFIT 1000, la primera plataforma que toma los datos de centrado en 3D (por ejemplo, la distancia interpupilar, la distancia de lectura y el ángulo pantoscópico o inclinación de las monturas) con el fin de lograr la excelencia en la adaptación de las gafas, llegando a una personalización total. Al usar nueve cámaras, solo necesita un disparo para crear una imagen de 180 grados del rostro del usuario y de la montura de las gafas. El óptico posteriormente procesa estos datos que incluyen 45 millones de puntos de referencia. Con VISUFIT 1000, puede crear capturas con diferentes monturas y compararlas. ZEISS VISUFIT 1000 es también una plataforma digital que en un futuro próximo se utilizará para una amplia variedad de funciones, como la prueba virtual de monturas o el diseño con impresión 3D de monturas personalizadas.

Por último, la marca alemana mostró a ópticos de todo el mundo cómo es, ya hoy, la experiencia de compra del consumidor, un proyecto en el que ZEISS cuenta como partners tecnológicos con Facebook y Google, y que tiene como fin último contactar con el consumidor en la red, y desde ese primer momento, hacerle comprensible cada momento en el proceso de la adaptación de lentes oftálmicas personalizadas. Por último, ZEISS sorprendió a los ópticos de todo el mundo con un proyecto que también ya es real: el examen visual remoto.

ZEISS desveló en Berlin 3.0 que el último gran hito tecnológico y filantrópico de la marca, como ha sido el de extender la protección contra la radiación ultravioleta a todas sus lentes transparentes, ha logrado ya que más de 20.000.000 de usuarios de gafas en todo el mundo tengan garantizada esta protección gracias a la Tecnología



ZEISS UV Protect. ZEISS, como hizo Volvo en su día con el cinturón de seguridad, ha liberado la patente para permitir que el resto de fabricantes del mundo puedan implementarla en sus procesos de fabricación, contribuyendo con ello a evitar patologías como cataratas, DMAE, Pterigium, y el fotoenvejecimiento o cáncer de piel originado en los párpados gracias al uso, desde la edad infantil, de lentes oftálmicas con protección UV total en los términos descritos por la OMS. Por último, Sven Hermann, Chief Sales & Marketing Officer de ZEISS Vision Care, terminó la presentación global de la Convención 2019 subrayando el compromiso medioambiental de ZEISS con su proyecto huella 0 CO² para 2022.